

Wiener Stadtwerke-Gruppe

Kriterien gemäß Art 25 Abs 1 European Media Freedom Act (EMFA)

Verordnung (EU) 2024/1083 vom 11. April 2024

1. Rechtlicher Rahmen

Nach dem European Media Freedom Act (EMFA) sollen die EU-Mitgliedstaaten bestrebt sein, sicherzustellen, dass die jährlichen öffentlichen Gesamtausgaben, die für staatliche Werbung zugewiesen werden, unter Berücksichtigung der nationalen und lokalen Besonderheiten der betreffenden Medienmärkte auf eine große Vielfalt verschiedener auf dem Markt vertretener Mediendiensteanbieter verteilt werden.

Gemäß Art 25 Abs 1 EMFA sind Aufträge über staatliche Werbung an Mediendiensteanbieter oder Anbieter von Online-Plattformen bzw. an Mediendiensteanbieter oder Anbieter von Online-Plattformen erteilte Liefer- oder Dienstleistungsaufträge, die von Behörden oder öffentlichen Stellen vergeben werden nach transparenten, objektiven, verhältnismäßigen und nichtdiskriminierenden Kriterien, die vorab öffentlich elektronisch und benutzerfreundlich zur Verfügung gestellt werden, in einem offenen, verhältnismäßigen und nichtdiskriminierenden Verfahren zu vergeben.

Unbeschadet sonstiger allenfalls anwendbarer vergaberechtlicher bzw. konzerninterner Vorgaben werden die in diesem Dokument dargestellten Kriterien als konzernweiter Mindeststandard vorab öffentlich elektronisch und benutzerfreundlich zur Verfügung gestellt.

2. Kriterien

Die jeweiligen Unternehmen der Wiener Stadtwerke-Gruppe werden bei Aufträgen gemäß Art 25 Abs 1 EMFA insbesondere die nachstehenden Kriterien unter Berücksichtigung der je Auftrag erforderlichen Gewichtung heranziehen.

- **Zielgruppen- und Nutzungsprofil / Zielgruppenerreichung:** Eignung des Mediums bzw. der Plattform, die definierten Zielgruppen (z. B. regional, demografisch, thematisch) mit der beabsichtigten Kommunikationsleistung zu erreichen.
- **Reichweite, Verbreitungsgebiet und Aussteuerungsmöglichkeiten:** Reichweitenpotenzial (brutto/netto), geographische Abdeckung sowie Targeting-/Segmentierungs- und Frequency-Capping-Möglichkeiten zur effizienten Ausspielung.
- **Inhaltlicher Kontext und redaktionelle Ausrichtung:** Thematische Passung, redaktionelles Umfeld/Platzierungsumfeld und erwartbarer Nutzen des Medienangebots für die Zielgruppen (einschließlich Anforderungen an ein sachgerechtes Umfeld der Werbebotschaft).
- **Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit, Zweckmäßigkeit:** Preis-Leistungs-Verhältnis und Budgeteffizienz unter Beachtung interner Beschaffungsvorgaben.
- **Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit des Anbieters:** Fähigkeit zur fristgerechten, vollständigen und qualitativ angemessenen Leistungserbringung.
- **Technische und qualitative Leistungsmerkmale des Werbeinventars:** Verfügbarkeit geeigneter Werbeformate, Platzierungen und Auslieferungsstandards.